

Tierschutz im Lebensmittelhandel



Einleitung	3
Kurzvergleich Tierschutzvorschriften Schweiz und EU	4
Entwicklung der Tierwohl-Label	5
Detailhandel	6
1. Herkünfte	6
2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung	7
3. Importe	8
4. Delikatessen	8
5. Prognose Absatzchancen	8
Bäckereien	9
1. Herkunft	9
2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung	9
3. Importe	10
4. Delikatessen	10
5. Prognose Absatzchancen	10
Gehobene Gastronomie	10
1. Herkunft	10
2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung	11
Handlungsbedarf Gastronomie	11
3. Importe	12
4. Delikatessen	12
5. Prognose Absatzchancen	12
Gastro- und Detailhandelszulieferanten	13
1. Herkunft	13
2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung	13
3. Importe	14
4. Prognose Absatzchancen	14
Importeure	14
1. Herkunft	14
2. Importe	14
Quervergleich	15
1. Herkunft	15
2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung	16
3. Importe	17
4. Delikatessen	17
5. Absatzchancen	17

Herausgeber

Schweizer Tierschutz STS, Dornacherstrasse 101, Postfach, 4018 Basel
 Tel. 061 365 99 99, Fax 061 365 99 90, Postkonto 40-33680-3
 sts@tierschutz.com, www.tierschutz.com

Einleitung

Die vorliegende Studie geht der Frage nach dem Stellenwert des «Tierschutzes» (artgemässe Haltung, schonender Umgang, korrekte Transporte und Schlachtung) im Schweizerischen Lebensmittelhandel nach. Dies auch mit Blick auf die Tatsache, dass das Tierwohl für immer mehr Konsumenten wichtig ist und sich Erzeugnisse aus tierfreundlicher Haltung, wie Labelfleisch, Freiland Eier und Bio-Käse, von einer Nischenproduktion anfangs 1990er Jahre zumindest im Detailhandel heute vielfach zu umsatzstarken Produkten, ja teilweise fast zum Standardangebot entwickelt haben.

Die Aussagen in diesem Bericht beziehen sich auf das Jahr 2012.

Im Jahr 2005 führte der Schweizer Tierschutz STS erstmals eine Umfrage zum Tierschutz im Detailhandel durch, samt anschliessendem Rating. Abgefragt wurden drei Themenbereiche:

1. Die Inlandanteile bei Fleisch, Eiern und Milch/-produkten. Dies im Wissen darum, dass die Schweizer Tierschutzvorschriften umfassender und zumeist strenger sind als diejenigen in den Ursprungsländern der in die Schweiz importierten tierlichen Produkte.
2. Die Anteile von Produkten aus tierfreundlicher Haltung (Labelfleisch, Freiland Eier, Bio-Milch und Bio-Produkte).
3. Das Angebot von sogenannten «Delikatessen» wie Stopfleber, Froschschenkel, Hummer und dergleichen.

Nach zwei weiteren Ratings in den Jahren 2007 und 2009/2010 wurde zwischen Sommer und Winter 2012 erneut eine Umfrage durchgeführt; dieses Mal aber wesentlich breiter abgestützt, indem neben den Detaillisten und Grossverteilern neu auch Bäckereien, die gehobene Gastronomie, Gastro- und Detailhandelszulieferanten und Importeure einbezogen wurden. Dabei wurden die abgefragten Themen ergänzt mit den Bereichen «Importe von tierlichen Produkten» ((Können die Firmen auch bei Importen vergleichbare (Tierschutz-)Standards gewährleisten?)) sowie «Prognose Absatzchancen» (Wie beurteilen die Firmen Absatzchancen von tierlichen Produkten und vegetarischen/Fleischersatzprodukten?).

Kurzvergleich Tierschutzvorschriften Schweiz und EU

Von besonderem tierschützerischen Interesse sind drei Unterschiede:

1. Während die Schweizer Gesetzgebung zu allen Nutztieren detaillierte Vorschriften und Mindestmasse vorgibt, fehlen EU-Richtlinien u.a. zur Haltung von Kühen, Mastvieh, Truten, Straussen und anderen Geflügelarten (ausser Hühnern), Schafen, Ziegen und Pferden. Damit sind Millionen von Nutztieren in der EU ohne gesetzlichen Schutz.
2. Die EU schreibt keine Tierschutz-Prüfung vor. In der Schweiz hingegen müssen serienmässig hergestellte und verkaufte Haltungssysteme und Stalleinrichtungen auf Tierschutzkonformität und Praxistauglichkeit geprüft und bewilligt werden. Davon profitieren Bauern, die solche Systeme kaufen, und natürlich die darin gehaltenen Tiere.
3. In der Schweiz sind die allermeisten schmerzhaften Eingriffe verboten, in der EU dürfen hingegen beispielsweise junge männliche Kälber, Zicklein, Ferkel, etc. ohne Schmerzausschaltung kastriert werden und unter Einschränkungen sind auch das in der Schweiz verbotene Schnabel- und Schwanzcoupieren oder das Herausbrechen von Zähnen bei Ferkeln zulässig.

Sowohl die fünf EU-Nutztierschutz-Richtlinien (Schutz landwirtschaftlicher Nutztiere; Kälber; Schweine, Legehennen, Masthühner) als auch die neue Schweizer Tierschutzgesetzgebung legen keine optimalen Tierschutzstandards fest, sondern bezeichnen mit konkreten Vorschriften und Detailmassen die Grenze zur Tierquälerei. Wer diese Anforderungen nicht einhält, macht sich strafbar, wer sie erfüllt, bietet seinen Tieren aber noch lange nicht eine tierfreundliche Haltung. Generell ist zu sagen, dass diese Grenze zur Tierquälerei in der Schweiz restriktiver festgelegt ist, d.h. die Schweizer Mindestvorschriften bringen den Tieren insgesamt mehr.

Nachstehend sind die tierschützerisch wichtigsten Unterschiede zwischen den Tierschutzvorschriften der Schweiz und der EU aufgelistet:

1. Kühe, Mastvieh, Truten, Strausse und andere Geflügelarten (ausser Hühner), Schafe, Ziegen und Pferde: Konkrete und detaillierte Vorschriften in der Schweiz, demgegenüber fehlen in der EU hierzu verbindliche Richtlinien.
2. Kälber: In der CH müssen Kälber bereits ab der 2. Lebenswoche in Gruppen gehalten werden, in der EU erst ab der 8. Woche. Die Gruppenhaltung gilt in der EU nur für grössere Haltungen, Kleinbetriebe mit 6 und weniger Kälbern dürfen diese weiterhin einzeln halten, wobei in der Schweiz Einzelglus mit Auslauf zulässig sind. Eingestreute Liegeflächen sind nur in der Schweiz vorgeschrieben. In der EU dürfen Kälber in Vollspaltenbodenbuchten eingestallt werden.
3. Schweine: In der EU sind mehrstöckige Ferkelkäfige zulässig, in der Schweiz verboten, gleiches gilt für das Ferkelkastrieren ohne Schmerzausschaltung. Mastschweine werden in der Schweiz ab 2018 mehr Platz haben, 0,9 m² statt 0,65 m² wie in der EU. Doch Einstreu zum Liegen ist weder in der Schweiz noch in der EU vorgeschrieben. Deutlich besser geht es den Sauen in der Schweiz. In der EU dürfen säugende Sauen und tragende Sauen bis 4 Wochen nach dem Decken in Kastenstände gesperrt werden. In der Schweiz dürfen sich säugende Sauen frei bewegen und tragende Sauen nach dem Decken maximal an 10 Tagen eingesperrt werden. Schwanzcoupieren und Zähneabklemmen sind in der Schweiz verboten, in der EU dürfen sie nicht routinemässig, aber in begründeten Fällen durchgeführt werden.
4. Legehennen: In der EU wird zum Scharren, Picken und Staubbaden keine Einstreu vorgeschrieben, in der Schweiz ist es Pflicht. Das Schnabelcoupieren ist in der Schweiz verboten, in der EU zulässig. Ausgestaltete Käfige und Grosskäfige sind in der EU trotz Käfigbatterieverbot ab 2012 weiterhin zulässig, die Eier müssen allerdings als «Käfigeier» deklariert werden. In der Schweiz wurden diese Haltungsformen geprüft und weil tierschutzwidrig verboten.
5. Masthühner: Tageslicht und mindestens 8 Stunden Dunkelphase sind in der Schweiz Pflicht, in der EU sind reine Kunstlichtbeleuchtungen und alternierende Lichtprogramme zulässig. In der Schweiz sind erhöhte Flächen als Rückzugs- und Ruhebereich festgeschrieben, in der EU müssen die Masthühner auf dem vekoteten Stallboden ruhen. Die maximale Besatzdichte beträgt in der Schweiz 30 kg/m², in der EU 42 kg/m², d.h. dürfte ein Schweizer Hühnermäster nach EU-Vorschriften produzieren, könnte er die Hälfte mehr Tiere in seinen Stall pferchen.

Fazit: Obwohl die Schweizer Tierschutzgesetzgebung lediglich Mindestmasse und Vorschriften enthält, welche die Grenze zur Tierquälerei definieren, und damit keine optimale, tierfreundliche Haltung garantieren, sind Schweizer Nutztiere von Gesetzes wegen – mit mehreren bedeutsamen Ausnahmen – besser geschützt als ihre Kollegen in der EU. Einerseits liegen in der CH für alle Nutztiere konkrete und detaillierte Vorschriften vor, andererseits sind bei jenen vier Tierkategorien, wo EU-Richtlinien existieren (Kälber, Schweine, Legehennen, Masthühner), die Schweizer Vorschriften strenger.

Entwicklung der Tierwohl-Label

Als KAGfreiland und Schweizer Tierschutz STS in den 1970er Jahren als Erste begannen, Schweizer Boden- und Freiland Eier speziell zu bewerben und zu vermarkten, hätte niemand Produkten aus tierfreundlicher Haltung eine derartige Entwicklung prophezeit. Anfangs 1990 sagten «Experten» nicht mehr als 2–5 % Umsatz voraus und die meisten Landwirtschaftsverbände waren sehr skeptisch eingestellt.

Der Durchbruch bei den Tierwohl-Labels kam 1989 mit der Kooperation von «Agri-Natura» der Genossenschaftsverbände, heute FENACO, und «Gourmet mit Herz» von MUT-Stiftung und STS. Der Konsumverein Zürich, der später von Coop geschluckt wurde, bot in seinen 70 Filialen ein entsprechendes breites Sortiment an «Agri-Natura/Gourmet mit Herz» Labelfleisch und -eiern an. Die sehr zufriedenstellende Nachfrage animierte Migros und Coop, entsprechende Labelprojekte aufzubauen.

Diese wirkten in der Folge als Label-Entwicklungsmotoren. Dank ihrem Einsatz schafften Freiland Eier und Labelfleisch nach der Jahrtausendwende den Sprung von Nischen- zu Standardprodukten. Mit «Naturaplan» (Bio) und «Naturafarm» platzierte Coop in den 1990er Jahren die konsequentesten und bis heute bestbekanntesten Label. Migros änderte die Labelnamen und -anforderungen mehrmals, hat sich nun aber seit 4,5 Jahren mit «TerraSuisse» und der Zusammenarbeit mit den IP-Bauern Konstanz und Glaubwürdigkeit gegeben. Je nach Fleischart liegt der Labelfleischumsatz bei den Grossverteilern zwischen 20 und 65 %.

Das Beispiel der Grossverteilern und die zunehmende Nachfrage nach Produkten aus tierfreundlicher Haltung haben auch andere Detaillisten bewogen, verstärkt auf Labelprodukte zu setzen. Dies betrifft etwa Manor, Spar und VOLG. Spar bietet mittlerweile über die TopCC Geschäfte auch den Gastronomen ein tierfreundliches Angebot. Und selbst der Newcomer aus Deutschland, Aldi, bietet Schweizer Bio- und Freiland Eier an und auch ein Sortiment an Label-, Rind- und Schweinefleisch.

Mittlerweile hat bei den Labels eine Flurbereinigung stattgefunden. Die Spreu hat sich vom Weizen getrennt. Ihre Anzahl ist zurückgegangen und überschaubar geworden. Die Vorschriften der staatlichen Tierwohl Förderprogramme BTS und RAUS werden von den allermeisten Labels als Grundvoraussetzung akzeptiert, sodass garantiert ist, dass der Grossteil der Labels den Tieren tatsächlich Verbesserungen bringen. Ein aus Sicht des STS glaubwürdiges Tierwohl Label muss i.d.R. zumindest die Vorschriften sowohl von BTS als auch von RAUS erfüllen.

Auch wenn noch immer gewisse Landwirtschaftsfunktionäre die Tierschutz-Label-Idee diffamieren, die Tierwohl-Programme sind eine kleine Erfolgsgeschichte. Sie bieten heute tausenden von Landwirten eine Existenz, verbesserten das Image der Schweizer Bauern, sprechen Millionen von Konsumenten an, die mittlerweile jährlich für rund CHF 3 Milliarden Labelprodukte kaufen. Das Allerwichtigste aber: Mehrere Millionen Tiere haben wegen des konsequenten Einkaufsverhaltens von Millionen Konsumenten heute ein wesentlich besseres Leben.

Detailhandel

An der Umfrage beteiligten sich sieben Detaillisten: Aldi, Coop, Denner, Lidl, Manor, Migros und Spar. Keine Antworten erhielten wir von Volg, Jelmoli und Globus.

Die detaillierten Ergebnisse mit Zahlen und Grafiken finden sich im Anhang.

1. Herkünfte

Fleisch: Bei den vier Hauptfleischarten Kalb, Rind, Schwein und Geflügel, die rund 95 % des Fleischkonsums (ohne Fisch und Krustentiere) ausmachen (siehe Kästchen Seite 7), liegen die Inlandanteile bei Kalb, Rind und Schwein zumeist über 80 %, bei Kalb und Schwein gar zwischen 90–100 %. Bemerkenswert ist Lidl mit je 100 % Inlandanteile bei Kalb, Rind und Schwein. Die höchsten Importanteile unter den vier Hauptfleischarten finden sich bei Geflügel. Löbliche Ausnahmen sind hier Coop, Migros und Spar mit einem überdurchschnittlich hohen Inlandanteil beim Geflügel.

Die höchsten Importfleischanteile weisen aus bei

Kalb: Aldi 20 %
Rind: Spar 25 %, Denner 20 %, Manor 15 %
Schwein: Aldi 10 %, Denner 10 %
Geflügel: Denner 60 %, Aldi 40 %, Lidl 25 %, Manor 25 % (Poulets)
Charcuterie: Aldi 20 %, Denner 20 %.

Schweizer Fleisch beurteilen 57 % als qualitativ hochstehender wie Importfleisch und die Hälfte glaubt, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis bei Schweizer Fleisch besser sei. Erstaunlicherweise will die grosse Mehrheit (86 %) inskünftig trotzdem nicht mehr Schweizer Fleisch anbieten.

Eier: Mit Abstand den höchsten Eier-Inlandanteil weisen Manor (95 %), Coop (92 %) und Spar (87 %) auf. Die höchsten Eier-Importanteile führen Aldi (60 %), Denner (47 %) und Lidl (40 %).

Die Mehrheit beurteilt die Qualität von Schweizer Eiern als gleich gut wie diejenige von Importeiern. 50 % sind der Meinung, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis eher zugunsten der Importeier neigt. Trotzdem gaben 80 % an, inskünftig mehr Schweizer Eier anbieten zu wollen.

Milch/Milchprodukte: Bei Hart- und Weich-/Frischkäse führt Spar mit Abstand den höchsten Inlandanteil. Die höchsten Weichkäse-Importanteile finden sich bei Aldi (70 %), Manor (60 %) und Denner (60 %).

Die Mehrheit (83 %) sieht zwischen Schweizer- und dem angebotenen Importkäse keinen Qualitätsunterschied, 67 % billigen Importkäse ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis zu. 44 % wollen trotzdem inskünftig mehr Schweizer Käse anbieten.

2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung

Fleisch: Seit Beginn des Labelmarktes vor zwanzig Jahren waren die beiden Grossverteiler Migros und Coop die treibenden Kräfte beim Labelfleisch. Bei den beiden Hauptfleischarten Rind und Schwein liegen die Labelanteile heute zwischen 50–65%, bei Kalb um 20%. Coop hat bei Kaninchen gar vollständig auf Label umgestellt. Labelfleisch ist damit längstens dem Nischendasein entwachsen.

Im Unterschied zu den bisherigen Umfragen, wo die Labelanteile bei den Grossverteilern von Jahr zu Jahr anstiegen, scheint im Moment eine Konsolidierung stattgefunden zu haben. Insbesondere Migros weist im Vergleich zu 2009/2010 einen Rückgang des Labelanteiles bei Rind, Schwein und Geflügel aus. Auch Coop verzeichnet bei Rind einen Rückgang, steigerte jedoch die Anteile bei Kalb und Schwein leicht. Bei Migros wurden in diesem Zeitraum gewisse Labelvorschriften verschärft (Kälbermast mit Auslauf, Umstellung bis 31.12.2014; Weidebeef-Einführung). Coop brachte neu das Programm «Veau sous la mère» (Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung) und stellte das gesamte Kaninchenfleischangebot auf Label um. Beide Grossverteiler sind immer noch die «Taktgeber» beim Labelfleisch, haben hier mit Abstand die grössten Umsätze, warten mit Innovationen auf, und beteiligen sich aktiv an Forschungs- und Entwicklungsprojekten zur artgemässen Tierhaltung.

Erfreulicherweise setzen mittlerweile auch andere Detaillisten zunehmend auf Labelfleisch. Allen voran Spar, der in den vergangenen Jahren erhebliche Anstrengungen zur tierschützerischen Verbesserung seines Sortimentes unternommen hat. Auch Manor hat den Labelfleischanteil gesteigert und Aldi startete ein erstes Labelfleischangebot bei Schwein und Rind. Die zugrundeliegenden Label-Tierschutzvorschriften entsprechen denjenigen der IP-Suisse resp. den von IP belieferten Label «Agri-Natura» (Volg) und «TerraSuisse» (Migros).

Die Mehrheit der Antwortenden (67%) beurteilt Labelfleisch als qualitativ besser als konventionelles Schweizer Fleisch. 60% sehen keinen Unterschied beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Die grosse Mehrheit, nämlich 83%, wollen in Zukunft den Kunden noch mehr Labelfleisch anbieten.

Eier: In den vergangenen Jahren ist der Absatz an Bio-Eiern (Freilandhaltung auf Biohöfen) enorm stark gestiegen. Auch Freilandeier wurden gut nachgefragt. Aufgrund eines «Gentleman's Agreement» von Eierimporteuren/-anbietern mit dem Schweizer Tierschutz STS werden seit 2009 praktisch kaum mehr ausländische Käfigbatterieeier angeboten, d.h. diese tierschutzwidrigen Herkünfte sind mittlerweile Vergangenheit.

80% der Antwortenden sehen qualitativ keine Unterschiede zwischen in- und ausländischen Freiland- oder Bodenhaltungseiern sowie zwischen inländischen Bio- und Freilandeiern. Hier besteht aus Tierschutzsicht Informationsbedarf, denn Eier aus Schweizer Herkunft weisen durchaus Vorteile auf gegenüber Importen. So steht Schweizer Hühnern in Boden- und Freilandhaltung zumeist ein angeschlossener Aussenklimabereich, eine Art Wintergarten zur Verfügung, während dieser im Ausland oft fehlt. In der Schweiz dürfen je Betrieb nicht mehr als maximal 18 000 Legehennen, auf Biobetrieben gar nur 2000 gehalten werden, während Import-

Die einstigen Entwicklungsmotoren bei den Tierwohl-Produkten, Migros und Coop, scheinen etwas auf der Stelle zu treten. Ihre Strategie, eine breitestmögliche Lebensmittel-Palette anzubieten, konkurrenziert die Tierwohl-Angebote. Diese sind heute nur mehr ein Angebot unter vielen, angefangen von Billigpreislينien, über ein Sammelsurium von Speziallinien – Heidi, Anna's Best, Betty Bossi, Pro Montagna, Jamie Oliver bis hin zu Premiumlinien und Kinderlinien. Entsprechend schmilzt der Werbe- und PR-Etat für Tierwohl-Produkte und es besteht die Gefahr, dass punkto Tierwohl-Engagement von Migros und Coop das Interesse und die Kreativität des Managements aber auch die Glaubwürdigkeit gegen außen leiden könnten. Insbesondere die durch den Markteintritt der Discounter Aldi und Lidl ausgelöste Lancierung der Billigpreislينien «Prix Garantie» (Coop) und «Migros-Budget», dürfte die positive Labelentwicklung gestoppt haben. Paradoxerweise überbieten sich die früheren Qualitätsführer Migros und Coop beim Kunden mit Billigpreisbekenntnissen, während die deutschen Discounter Aldi und Lidl werbemässig Swissness und Qualität gross auf ihre Fahnen schreiben.

eier, ob Bio-, Freiland- oder Bodenhaltung auch von Betrieben mit 30 000 bis 50 000 Tieren stammen können.

Obwohl die Hälfte der Antwortenden bei Importeuren ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis sieht, sagt die grosse Mehrheit, dass sie inskünftig mehr Schweizer Freiland Eier (83%), mehr Schweizer Bodenhaltungseier (66%) und mehr Schweizer Bio-Eier (34%) anbieten wollen.

Milch/Milchprodukte: Bio-Produkte stammen von Betrieben, die ihren Kühen, Milchschaafen und Ziegen mehr Tierwohl, nämlich regelmässigen Auslauf ins Freie und Weiden (RAUS-Bundesprogramm) bieten. Beim Angebot von Bio-Milch, Bio-Käse und Bio-Joghurt hat Coop mit Abstand die Nase vorn, mit hohen Anteilen zwischen 20–27%. Demgegenüber sind die Bio-Anteile bei Milch/-produkten von Denner, Manor, Aldi und Spar eher gering während Lidl offenbar überhaupt kein Bio-Angebot führt. Aldi und andere Detaillisten führen auch EU-Bio-Milchprodukte. Das ist tierschützerisch insofern von Bedeutung, als die EU-Biovorschriften bezüglich Tierwohl larger und höchstwahrscheinlich auch weniger konsequent überprüft werden wie in der Schweiz.

60% der Antwortenden meinten, Schweizer Bio-Käse sei besser als Import-Bio-Käse. Hingegen waren alle der Meinung, dass Schweizer Bio-Käse und konventioneller Schweizer Käse qualitativ gleichwertig seien. 75% sagten, sie würden inskünftig mehr Schweizer Bio-Käse anbieten, gar je 80% planen mehr Bio-Milch und Bio-Joghurt im Sortiment.

Die von IP-Suisse 2011 lancierte «Wiesenmilch» beschränkt den Kraftfutteranteil in der Milchviehhaltung und schreibt diverse tierschützerisch und ökologisch sinnvolle Punkte bei der Milchherzeugung vor. Bislang führt aber lediglich Migros diese Milch von «glücklichen» Kühen. Das Gros der Detaillisten kannte dieses neue Angebot nicht, während andere sagten, ihre Wiesenmilch sei die Bio-Milch.

3. Importe

Ein aus Tierschutzsicht wohl ehrliches aber bezüglich Konsequenzen in punkto Tierwohl, Lebensmittelqualität und -sicherheit düsteres Bild zeichnen die Antwortenden bei der Bewertung der von ihnen angebotenen tierlichen Importe. 67% können bei Importfleisch und -eiern nicht sicherstellen, dass bei der Tierfütterung auf GVO verzichtet wurde, 43% können das in der Schweiz geltende AML- und Hormonverbot nicht gewährleisten. Besonders krass sind die Aussagen zum Tierwohl bei Importprodukten. Je 83% sagten, dass bei Haltung, Eingriffen (z. B. Kastration), Transporten (6 Stunden Limite in der Schweiz) und Schlachten die Vorschriften der eidgenössischen Tierschutzgesetzgebung nicht gewährleistet werden könne.

4. Delikatessen

Erfreulicherweise aus Tierschutzsicht führen Coop, Denner, Lidl und Spar weder Stopfleber noch Hummer, Froschschenkel, Kaviar oder Haifischflossenprodukte im Angebot. Ein breites Angebot dieser «Delikatessen aus der Folterkammer» führen hingegen Manor und Migros-Genossenschaften in der Romandie.

5. Prognose Absatzchancen

84% der Antwortenden gaben an, spezielle Produkte für Vegetarier, auch Fleischersatzprodukte, zu führen. Alle sehen hier steigende Absatzchancen in Zukunft, sodass 84% in Zukunft mehr solche Produkte anbieten wollen.

Die Absatzchancen von Fleisch beurteilen nur 40% als gut. Wesentlich besser wird die Zukunft von Milch/-produkten (60%: gut) und Eiern (80%: gut) beurteilt.

Bäckereien

An der Umfrage beteiligten sich 91 Bäckereien und Konditoreien.

Die detaillierten Ergebnisse mit Zahlen und Grafiken finden sich im Anhang.

1. Herkunft

Fleisch: Bei den Hauptfleischarten Kalb, Rind und Schwein liegen die Inlandanteile mit 90–100 % sehr hoch, beim Geflügel (Poulets) mit nur 60 % tief.

Schweizer Fleisch wird von 79 % der Antwortenden als qualitativ besser wie Importfleisch beurteilt, aber 62 % finden, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis bei Importfleisch besser sei. Den Inlandanteil wollen lediglich 28 % erhöhen, dies hauptsächlich beim Geflügel.

Eier: Die Inlandanteile bei den verwendeten Eiern sind im Vergleich zu früheren STS-Umfragen bei Bäckereien gestiegen und heute hoch zwischen 80–90 %. 66 % sehen Qualitätsvorteile beim Schweizer Ei, aber nur 39 % beim Preis-Leistungs-Verhältnis. 90 % beabsichtigen, in Zukunft mehr Schweizer Eier zu verwenden.

Milch/Milchprodukte: Die Inlandanteile liegen auf einem mittleren Wert: 63 % bei Weich-/Frischkäse und 73 % bei Hartkäse. 58 % beurteilen Schweizer Käse als qualitativ besser und 35 % finden auch Vorteile beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Konsequenterweise wollen 95 % in Zukunft mehr Schweizer Käse verwenden.

2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung

Fleisch: Lediglich 7 % der antwortenden Bäckereien, sechs Betriebe, verwenden bei einer oder mehreren Fleischarten Labelherkünfte. Label finden sich hier noch am ehesten bei Schweinefleisch. 60 % sehen keine Qualitätsvorteile beim Labelfleisch und 70 % auch keine Vorteile beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Konsequenterweise beabsichtigen nur 20 %, inskünftig mehr Labelfleisch zu verwenden; dies v. a. bei Poulets.

Eier: Käfigbatterieeier finden keine Verwendung mehr in den Bäckereien, auch wenn diese tierschutzwidrige Haltungsform weltweit noch immer das System der Wahl ist und auch in der EU – trotz des Käfigbatterieverbotes von 2012 – weiterhin in der Schweiz verbotene, käfigähnliche Haltungsformen zulässig sind, etwa Kleingruppenhaltung in ausgestalteten Käfigen. Allerdings müssen Eier aus solchen Systemen in der EU bislang noch als Käfigeier deklariert werden.

Bio-Eier beziehen die Bäckereien grundsätzlich aus der Schweiz, während der Importanteil bei Boden- und Freilandeiern um 20–30 % liegt. Hierzu ist festzuhalten, dass ausländische Boden- und Freilandhaltung in tierschützerischer Hinsicht den Schweizer Betrieben unterlegen sind.

Die Mehrheit sieht keine Qualitätsunterschiede zwischen Schweizer Freiland- und Freiland-Importeiern (45 %) resp. Schweizer Bodenhaltungs- und Bodenhaltungs-Importeiern (55 %). Das Preis-Leistungs-Verhältnis von Schweizer Freiland- und Freiland-Importeiern beurteilen 63 % als gleich. Nichtsdestotrotz will die Mehrheit der Bäckereien inskünftig mehr Schweizer Eier verwenden: 55 % wollen mehr Bodenhaltungseier, 56 % mehr Bio-Eier und gar 88 % mehr Freilandeiern aus der Schweiz verwenden.

Milch/Milchprodukte: Im Vergleich zum Labelfleisch sind tierschützerisch bessere Herkünfte bei Milch/-produkten bei Bäckereien ein Thema. 37 % verwenden Bio-Milch, 25 % Bio-Joghurt und Bio-Hartkäse, 24 % Bio-Rahm und 20 % Bio-Weich-/Frischkäse.

Allerdings findet die Mehrheit, dass die Qualität von Schweizer Bio-Käse und Import-Bio-Käse (70 %) resp. konventionellem Schweizer Käse (70 %) gleich ist. Trotzdem will die Mehrheit der Bäckereien inskünftig mehr Bio-Milchprodukte verwenden, am meisten bei Bio-Milch (67 %), Bio-Hartkäse (58 %) und Bio-Weich/Frischkäse und Bio-Joghurt (je 45 %).

«Wiesenmilch» ist entweder unbekannt bei den Bäckereien oder wird mehrheitlich abgelehnt (Man habe ja bereits Bio-Milch!). Nur 14% könnten sich vorstellen, inskünftig «Wiesenmilch» zu verwenden.

3. Importe

Bei den Produktionsbedingungen der von ihnen verwendeten Importprodukte scheinen die Bäcker besonders kritisch zu sein. 70% geben an, GVO-Freiheit im Tierfutter nicht gewährleisten zu können und gar 83% meinten, AML- und Hormon-Verbote nicht sicherstellen zu können. Ebenso so klar war die Meinung der Bäcker zum Thema Tierwohl bei Importen. Über 80% sagten, das Einhalten des Schweizer Tierschutzstandards sei bei tierlichen Importen nicht gewährleistet.

4. Delikatessen

Aus Tierschutzsicht erfreulich ist, dass alle 91 antwortenden Bäckereien weder Stopfleber noch Hummer, Kaviar, Froschschenkel oder Haifischflossenprodukte verwenden.

5. Prognose Absatzchancen

52% der Antwortenden führen spezielle Produkte für Vegetarier. 60% beurteilen die Absatzchancen solcher Produkte in Zukunft als gut. Trotzdem wollen nur 25% diesen Sortimentsteil ausbauen. Die Absatzchancen von Fleisch werden demgegenüber nur von 44% als hoch eingeschätzt, die Absatzchancen von Eiern und Milch/-produkten beurteilen 50% als gut.

Gehobene Gastronomie

An der Umfrage beteiligten sich 44 Wirte/Köche der gehobenen Gastronomie. Die detaillierten Ergebnisse mit Zahlen und Grafiken finden sich im Anhang.

1. Herkunft

Fleisch: Bei den Hauptfleischarten Kalb, Schwein und erstaunlicherweise auch Poulet findet sich ein Inlandanteil von 80% und mehr. Demgegenüber liegt der Importanteil bei Rind mit 30% relativ hoch.

Schweizer Fleisch wird von 41% der Antwortenden als qualitativ besser bewertet wie Importfleisch, während 45% meinen, Importfleisch habe ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis. 70% wollen den Inlandanteil so belassen und nur 30% möchten mehr Schweizer Herkünfte verwenden; dies insbesondere bei Rind, Lamm und Geflügel.

Im Vergleich zu früheren Umfragen im Gastrokanal sind die Inlandanteile beim Fleisch hier überraschend hoch. Dies könnte mit den höheren Qualitätsansprüchen und der etwas tieferen Preissensibilität in der gehobenen Gastronomie zusammenhängen. Ansonsten ist der Gastrokanal sehr preisbewusst beim Einkaufen der Rohstoffe und legt weniger Wert auf Herkunft und das Tierwohl als etwa die Detaillisten. Besonders ausgeprägt scheint dies bei den total im Trend liegenden, landesweit rund 1000 Döner-Verkaufsstellen in der Schweiz der Fall zu sein. Diese Gastrobranche soll umsatzmässig den Branchenriesen McDonald's bereits überholt haben. Gemäss einer STS-Recherche vom Herbst/Winter 2012 kommt bei der Dönerherstellung in der Schweiz rund zweidrittel Importfleisch zum Zug. Löbliche Ausnahmen in punkto Tierwohl sind bei den umsatzstärksten Gastrounternehmen der Schweiz insbesondere die Coop-Restaurants, McDonald's und die Migros-Restaurants.

Eier: Der Inlandanteil liegt auf einem hohen Niveau (über 80%), selbst bei Backwaren (80%) und bei der Pastaherstellung (60%). Die Qualität von Schweizer Eiern wird von 78% als besser angesehen wie bei Importeiern. Schweizer Eier kommen damit wesentlich besser weg wie Schweizer Fleisch in der Einschätzung der gehobenen Gastronomie.

Nur 28 % sehen bei Schweizer Eiern auch Vorteile beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Aber nichtsdestotrotz: 70 % der Antwortenden wollen inskünftig mehr Schweizer Eier verwenden.

Milch/Milchprodukte: Die Inlandanteile bei Käse sind sehr hoch: 80 % bei Hartkäse, 66 % bei Weich-/Frischkäse. Allerdings finden nur 28 % Schweizer Käse besser als Importkäse und gar nur 13 % sehen Vorteile beim Preis-Leistungs-Verhältnis von Schweizer Herkünften. Trotzdem wollen fast 60 % inskünftig mehr Hart- und Weich-/Frischkäse aus der Schweiz verwenden.

2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung

Fleisch: Erstaunlicherweise verwenden ein Drittel der Antwortenden aus der gehobenen Gastronomie überhaupt kein Labelfleisch. Demgegenüber sagen 20 %, dass sie bei den Hauptfleischarten Kalb,

Handlungsbedarf Gastronomie

Die Gastronomie stellt nach wie vor die grösste Tierwohl-Baustelle dar. 2008 wurden in der Schweiz mehr als 13 Milliarden Franken für Essen ausser Haus ausgegeben. Gemäss einer Studie von amPuls aus dem Jahre 2009 ist Fleisch als Bestandteil eines Gerichtes/Menüs nach wie vor die bedeutendste Speisekategorie ausser Haus. Ein Viertel aller auswärts konsumierten Fleischgerichte enthält Schweinefleisch, welches damit die beliebteste Fleischart ausser Haus war, dicht gefolgt von Rindfleisch mit einem Anteil von 23 %. Geflügelfleisch zeigt einen wachsenden Trend und hat aktuell einen Anteil von 18 %.

Betreffend der Verwendung von Fleisch von Tieren aus artgerechter Haltung stechen drei Gastrounternehmen hervor. Aufgrund von Empfehlungen des Schweizer Tierschutz STS bietet McDonald's, bis vor kurzem umsatzmässig noch Nr. 1 im Gastrogeschäft der Schweiz, seit Februar 2010 nur noch Schweizer Rindfleisch aus Tierhaltung mit regelmässigem Auslauf ins Freie (RAUS) an. McDonald's Schweiz bezog im Jahr 2009 3900 Tonnen Rindfleisch von Schweizer Bauern, was 4,5 % des in der Schweiz konsumierten Rindfleisches entspricht. Schon etwas länger hat die Migros, der zweitgrösste Schweizer Gastroakteur, Labelfleisch in ihrem Restaurantangebot. Konsequenter setzt die Nummer sechs der Systemgastronomie, die Coop Restaurants, auf Labelfleisch. Sie verwenden ausschliesslich Coop Naturafarm, Rind- und Schweinefleisch sowie Bio-Kalbfleisch.

Die Stiftung «Goût Mieux» (www.goutmieux.ch) zeichnet 65 Restaurants aus, die sich verpflichtet haben, bei der Beschaffung konsequent auf Bio- und tierfreundliche Herkünfte zu setzen. Die Aktion «Essen mit Herz» des Schweizer Tierschutz STS führt unter www.essenmitherz.ch rund 120 Restaurants, die angeben, stets mindestens Vegiménüs sowie ein Menü oder mehrere Menüs mit Produkten aus tierfreundlicher Haltung anzubieten.

Das Gros der weit über 20 000 Restaurants, Personalrestaurants und Schnellimbisse in der Schweiz hingegen verwendet eher wenig Produkte aus tierfreundlicher Haltung, sondern bietet den Gästen entweder konventionelles Schweizer- und noch häufiger Importfleisch und -eier an. Häufig sind die Wirte über die Tierhaltungsbedingungen im In- und Ausland und die verschiedenen Tierwohl-Labels gar nicht richtig informiert.

Noch immer scheint in der Gastrobranche primär der Preis statt die Qualität im Vordergrund zu stehen. Dabei machen die Rohstoffpreise eher wenig aus: Bei einem Tiramisu von CHF 6.60 liegen die Kosten für ein Freilandeier bei nur 4 %. Bei einem Menü Steak, Pommes und Gemüse für CHF 23.– macht der Fleischpreis Schweizer Herkunft konventionell 33 %, bei tierfreundlicher Herkunft/Labelfleisch 37 % aus, also knapp einen Franken. Ob nun etwas teurere aber tierfreundliche Produkte vom Wirt verwendet werden, wird der Gast im Portemonnaie kaum bemerken. Für die Tiere und die Qualität der Mahlzeit bedeutet es aber viel!

Da fast die Hälfte des in der Schweiz konsumierten Fleisches von Restaurants umgesetzt wird, ist es von grösster Wichtigkeit, dass die Gastrobranche ihre Verantwortung gegenüber den Tieren und deren Wohlergehen wahrnimmt. Es gäbe genügend Gäste, die solche Angebote honorieren würden. Gemäss einer STS-Gastro-Umfrage von 2011 veranschlagten selbst die Wirte das Gästepotential beim Tierwohl auf 50 %.

Rind, Schwein und selbst bei Poulets vollständig auf Label umgestellt hätten, 68 % gaben an, eine oder mehrere Labelfleischarten zu führen. Dieser grundsätzlich erfreulich hohe Anteil muss allerdings relativiert werden. Zumindest einige Wirte/Köche scheinen die Label-Pflichtenhefte nicht allzu gut zu kennen oder verwechseln Marken, wie «Suisse Garantie», «QM-Schweizer-Fleisch», mit Tierwohl-Labeln.

Eine Mehrheit von 70 % beurteilt die Qualität von Labelfleisch als besser wie diejenige von konventionellem Schweizer Fleisch, aber nur 27 % sehen auch Vorteile beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Rund die Hälfte (48 %) will inskünftig mehr Labelfleisch verwenden.

Eier: Es werden keine Käfigbatterieierherkünfte ausgewiesen. Bei Bio- und Bodenhaltungseiern gibt es namhafte Importanteile von 25-40 %. Dazu ist zu sagen, dass die ausländischen Tierwohl-Vorschriften zur Legehennenhaltung weniger streng sind als der Schweizer Standard.

Die Mehrheit sieht keine qualitativen Unterschiede zwischen Schweizer Freilandeiern und Import-Freilandeiern (52 %) resp. zwischen Schweizer Bodenhaltungs- und Import-Bodenhaltungseiern (46 %) resp. zwischen Schweizer Bio-Eiern und Schweizer Freilandeiern (62 %). Trotzdem will die Mehrheit inskünftig mehr Schweizer Eier verwenden: 43 % mehr Bio-Eier, 57 % mehr Freiland-eier und 60 % mehr Bodenhaltungseier.

Milch/Milchprodukte: Die Bio-Anteile sind bei Käse (30 %) und Joghurt (40 %) relativ hoch. 56 % sehen qualitative Vorteile beim Schweizer Bio-Käse gegenüber Bio-Importkäse, aber nur 40 % gegenüber konventionellem Schweizer Käse. Bio-Milch und -Milch-produkte scheinen aber in der gehobenen Gastronomie im Trend zu liegen: 60 % und mehr wollen inskünftig die Anteile von Bio-Milch, -Käse, -Rahm und -Joghurt ausbauen.

Demgegenüber ist «Wiesenmilch» in der gehobenen Gastronomie noch kein Thema. Ein gewisses Interesse ist indessen vorhanden: 35 % möchten in Zukunft solche Produkte anbieten.

3. Importe

Ein Verzicht auf GVO-Futter (65 %) sowie ein Verbot des Einsatzes von AML (60 %) und Hormonen (58 %) bei den verwendeten tierlichen Importprodukten kann die Mehrheit der Antwortenden nicht gewährleisten. Weit weniger kritisch beurteilen die Wirte/Köche das Tierwohl bei Importprodukten. 40–50 % können ein vergleichbares Tierschutzniveau wie in der Schweiz gewährleisten. Mit Blick auf die größeren ausländischen Tierschutzgesetze erstaunt diese Aussage der gehobenen Gastronomie.

4. Delikatessen

Noch immer gehören diese aus STS-Sicht tierschutzwidrigen Produkte zur gehobenen Gastronomie. 61 % führen Stopfleber, 54 % Hummer, 36 % Kaviar im Angebot. Demgegenüber bieten nur 5 % Froschschenkel oder Haifischflossenprodukte an.

5. Prognose Absatzchancen

45 % der Antwortenden bieten spezielle Produkte für Vegetarier an, auch Fleischersatzprodukte. Die zukünftigen Absatzchancen dieser Produkte werden von 54 % als eher tief beurteilt. Konsequenterweise planen denn auch nur 17 % einen Ausbau beim Angebot von Fleischersatzprodukten. Auch die zukünftigen Absatzchancen von Fleisch werden zurückhaltend beurteilt, nur 38 % beurteilen diese als hoch. Besser wird die Zukunft von Milch/-produkten und Eiern gesehen: 50 % glauben an zukünftig hohe Absatzchancen bei Eiern, gar 67 % bei Milchprodukten.

Gastro- und Detailhandelszulieferanten

An der Umfrage beteiligten sich 9 Firmen, darunter der zur Spar-Gruppe gehörende TopCC, die Prodega und die Firma Nestlé.

Die detaillierten Ergebnisse mit Zahlen und Grafiken finden sich im Anhang.

1. Herkunft

Fleisch: Bei den Hauptfleischarten Kalb, Rind und Schwein liegt der Inlandanteil mit 80 bis 100 % sehr hoch, während beim Geflügel gerade einmal 43 % Schweizer Herkünfte sind.

Die Antwortenden sahen bei der Qualität von Schweizer Fleisch klare Vorteile gegenüber Importfleisch: 50 % bewerteten Inlandherkünfte als besser, 50 % als gleichwertig. Keiner beurteilt Schweizer Fleisch als schlechter. Anders sieht es beim Preis-Leistungs-Verhältnis aus: 60 % finden, dass Schweizer Fleisch hier schlechter dasteht. 57 % geben an, den Inlandanteil inskünftig zu erhöhen.

Eier: Die Inlandanteile sind relativ hoch: 77 % bei den Schaleneiern sowie 70 % bei Backwaren mit Eiern und 60 % bei Pasta. Demgegenüber überwiegt der Importanteil bei Eiern für Convenience-Produkte mit 55 %.

60 % der Antwortenden sehen keine Qualitätsunterschiede zwischen Schweizer- und Importeiern und bei der Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses sagten je 33 %, dass das Verhältnis besser, gleich oder schlechter sei. Trotzdem wollen 100 % den Inlandanteil bei den Eiern in Zukunft erhöhen.

Milch/Milchprodukte: Die Inlandanteile beim Käse sind relativ hoch: Hartkäse 66%, Weich-/Frischkäse 77 %. Je 67 % sehen bei der Qualität und beim Preis-Leistungs-Verhältnis zwischen Schweizer Käse und Importkäse keinen Unterschied.

Trotzdem möchten 60 % der Antwortenden inskünftig sowohl mehr Hartkäse als auch mehr Weich-/Frischkäse Schweizer Herkunft anbieten.

2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung

Fleisch: Nur 25 % der Antwortenden führen bislang überhaupt Labelherkünfte. Nennenswerte Labelanteile finden sich bei Kalb (65 %), Rind (50 %), Lamm (50 %), Gitzi (100 %) und Kaninchen (50 %). 67 % meinen, dass Labelfleisch besser als konventionelles Schweizer Fleisch sei und ebenfalls 67 % sehen auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis Vorteile fürs Labelfleisch. Konsequenterweise wollen 67 % der Antwortenden den Labelfleischanteil inskünftig erhöhen.

Eier: Freiland- und Bio-Eier werden fast zu 100 % von Schweizer Höfen bezogen, hingegen ist bei Bodenhaltungseiern der Importanteil relativ hoch mit 40 %. 50 % sehen keine Qualitätsunterschiede zwischen Schweizer Freilandeiern und Import-Freilandeiern, Schweizer Bodenhaltungseiern und Import-Bodenhaltungseiern, gar 100 % beurteilen die Qualität von Schweizer Freilandeiern und Schweizer Bio-Eiern als gleich. Trotzdem wollen 80 % inskünftig mehr Schweizer Freilandeier und gar 100 % mehr Schweizer Bio-Eier anbieten.

Milch/Milchprodukte: Der Anteil an Bio-Milchprodukten ist noch relativ bescheiden: 20 % für Bio-Milch, je 15 % für Bio-Rahm und -Joghurt, 20 % für Weich-/Frischkäse und nur 10 % für Hartkäse. Schweizer Bio-Käse wird von 100 % als qualitativ besser als Import-Bio-Käse angesehen, hingegen glauben nur 50 %, dass Schweizer Bio-Käse besser sei als konventioneller Schweizer Käse. Alle Antwortenden wollen in Zukunft mehr Bio-Milch, -Rahm, -Joghurt, -Weich-/Frischkäse und -Hartkäse anbieten.

«Wiesenmilch» scheint bei den Gastro- und Detailhandelszulieferanten bereits relativ gut bekannt zu sein. 50 % möchten in Zukunft solche Produkte in ihr Sortiment aufnehmen.

3. Importe

Die Antwortenden sehen die Produktionsbedingungen im Ausland im Vergleich zur Schweiz eher kritisch. Je 67 % gaben zwar an, sie können gewährleisten, dass bei den von ihnen angebotenen tierlichen Importprodukten auf den Einsatz von AML und Hormonen verzichtet wurde. Hingegen können nur 29 % den Verzicht auf GVO-Futtermittel sicherstellen und die überwiegende Mehrheit kann analoge gesetzliche Tierschutzstandards bei ihren Importen nicht gewährleisten, nämlich 67 % bei der Tierhaltung und gar 80 % je bei Eingriffen an Tieren (z. B. Kastration), Transportzeit und Schlachten.

4. Prognose Absatzchancen

Nur 29 % bieten spezielle Produkte für Vegetarier (Fleischersatz) an. Zwar glauben 60 %, dass die Absatzchancen für solche Produkte in Zukunft hoch sind. Trotzdem wollen nur 33 % inskünftig mehr davon anbieten. Die zukünftigen Absatzchancen von Fleisch werden nur von 40 % als hoch eingeschätzt. Demgegenüber sehen je 67 % hohe Absatzchancen für Eier, Milch und Milchprodukte.

Importeure

An dieser Umfrage beteiligten sich 18 Importfirmen (primär Fleisch).

Die detaillierten Ergebnisse mit Zahlen und Grafiken finden sich im Anhang.

1. Herkunft

Das in die Schweiz importierte Fleisch (inkl. Fisch und Krustentiere rund 120 000 t/Jahr; ohne Privatimporte aus grenznahem Raum) stammt gemäss den Antwortenden aus 16 verschiedenen Ländern, verteilt auf alle Kontinente. Die meisten Herkünfte finden sich bei Rind (12 Länder), Poulets (11 Länder), Charcuterie (11 Länder) und Fisch (10 Länder). Einzelne Importeure beziehen selbst einzelne Fleischarten, wie etwa Lamm oder Geflügel, aus mehreren Ländern und unterschiedlichen Kontinenten.

Bei Kalb ist das Hauptherkunftsland Holland, bei Lamm sind es Neuseeland und Australien, bei Geflügel Frankreich, Ungarn und Brasilien, bei Ente/Gans Frankreich und Ungarn, bei Wild Österreich und Neuseeland und bei Kaninchen Ungarn.

Die Mehrheit der Antwortenden (65 %) beurteilt die Qualität von Schweizer Fleisch als gleichwertig mit Importfleisch und erstaunlicherweise sieht die Hälfte auch keine Unterschiede beim Preis-Leistungs-Verhältnis. 44 % planen, ihre Importe zu erhöhen; dies hauptsächlich bei Rind und Kaninchen sowie bei denjenigen Fleischarten und Fischen, die in der Schweiz nicht, resp. kaum erzeugt werden.

2. Importe

50 % der Antwortenden können einen Verzicht auf GVO-Futtermitteln bei den von ihnen angebotenen tierlichen Importprodukten gewährleisten. Mit Blick auf die Tatsache, dass die Haupt-Soja-erzeugerländer Brasilien 75 %, USA 93 % und Argentinien gar 99 % Gen-Soja erzeugen, dürften diese Aussagen der Hälfte der Importeure etwas gewagt sein.

Das AML- und Hormon-Verbot können je 88 % gewährleisten. AML und Hormone sind in der Tiermast in der Schweiz und der EU verboten. Weltweit lassen aber viele Länder diese leistungssteigernden Hilfsmittel zu.

Aufgrund der im Ausland largeren oder nicht existierenden Tierschutzvorschriften – so gibt es beispielsweise in der EU keine detaillierten, spezifischen Truten-Richtlinien sowie keine Richtlinie zum Schutz von Kühen – sowie des selbst in der EU häufig ungenügenden Vollzuges (Kontrollen) erscheinen die Aussagen der Importeure zum Tierwohl bei Importfleisch etwas blauäugig. Die Mehrheit sagt, sie könne gewährleisten, dass bei den angebotenen Importprodukten analoge gesetzliche Tierschutzstandards wie in der Schweiz eingehalten würden: 53 % bei der Tierhaltung, 60 % bei Eingriffen an Tieren (z. B. Kastration), 60 % bei den Transportzeiten und 70 % beim Schlachten.

Dazu nur zwei Beispiele: Die Schweiz kennt als einziges Land der Welt ein umfassendes Verbot des Kastrierens von Nutztieren ohne Schmerzausschaltung und sie hat eine maximale Transportzeit von sechs Stunden festgelegt.

Quervergleich

1. Herkunft

Fleisch: Die Inlandanteile bei den Hauptfleischarten Kalb, Rind und Schwein sind in der Regel bei Detaillisten, Bäckereien, gehobener Gastronomie und Zulieferanten (Gastro- und Detailhandel) hoch und liegen zumeist zwischen 80–90%; Ausnahme: Rind in der gehobenen Gastronomie (30% Importanteil).

Bei den Hauptfleischarten liegt der Inlandanteil beim Geflügel bei allen befragten Kreisen mit Abstand am tiefsten; bei den Zulieferanten bei nur rund 40% und bei Bäckereien um 60%. Löbliche Ausnahmen sind Coop, Migros und Spar, sowie die gehobene Gastronomie, welche Geflügel-Inlandanteile von 80% und mehr ausweisen (in der Schweiz stammt die Hälfte des verzehrten Geflügels aus dem Ausland).

Im Vergleich zu früheren STS-Umfragen sind die Inlandanteile beim Detailhandel noch etwas angestiegen.

Die Qualität von Schweizer Fleisch im Vergleich zu Importfleisch wird mehrheitlich als gleichwertig und teilweise besser angesehen. Trotzdem will eine Mehrheit der Detaillisten, Bäckereien und der gehobenen Gastronomie inskünftig nicht mehr Schweizer Fleisch anbieten, lediglich die Zulieferanten sehen mehrheitlich eine Erhöhung vor.

Eier: Die Inlandanteile sind beim Gros der Detaillisten, Bäckereien, gehobenen Gastronomie und den Zulieferern hoch mit zumeist 80% und mehr. Besonders hohe Inlandanteile weisen die Detaillisten Coop, Manor und Spar auf, während Aldi, Denner und Lidl die vergleichsweise höchsten Importanteile haben.

Im Vergleich zu früheren STS-Umfragen ist der Inlandanteil insbesondere bei Bäckereien gestiegen.

Die Qualität von Schweizer Eiern wird von der Mehrheit der Befragten als zumeist gleich wie diejenige von Importeiern bezeichnet; mit Ausnahme der gehobenen Gastronomie, wo die Qualität der einheimischen Eier sehr hoch eingeschätzt wird. Das gute Image und der unterstellte hohe Tierwohl-Standard bringt die überwiegende Mehrheit der Detaillisten, Bäckereien, gehobenen Gastronomie und der Zulieferanten zur Aussage, in Zukunft noch mehr Schweizer Eier verwenden zu wollen. Dies ein klarer Unterschied zur zukünftigen Nachfrage nach Schweizer Fleisch.

Milch/Milchprodukte: Die Inlandanteile v. a. von Weich-/Frischkäse aber auch von Hartkäse liegen bei den meisten Detaillisten, Bäckereien, gehobener Gastronomie und Zulieferanten etwas tiefer wie bei Fleisch und Eiern, nämlich zwischen 60–80%. Sehr hohe Importanteile bei Weich-/Frischkäse weisen Aldi (70%), Manor (60%) und Denner (60%) aus.

Die Mehrheit der Befragten sieht kaum Qualitätsunterschiede zwischen dem angebotenen Schweizer Käse und Importkäse. Trotzdem will eine Mehrheit bei Bäckereien, gehobener Gastronomie und Zulieferanten inskünftig mehr Schweizer Käse anbieten.

2. Produkte aus tierfreundlicher Haltung

Fleisch: Labelfleisch ist nach wie vor eine Domäne der Detaillisten, insbesondere der umsatzstarken Grossverteiler. Hier sind insbesondere Rind- und Schweinefleisch in Labelqualität oft fast Standard mit Anteilen von 50–65%! Durch den Markteintritt der deutschen Discounter Aldi und Lidl forcierten die meisten Schweizer Detaillisten, insbesondere die Grossverteiler Migros und Coop, Billiglinien. Diese Tatsache dürfte nebst der Verschärfungen bei gewissen Label-Richtlinien mit dafür verantwortlich sein, dass Labelfleisch bei den Grossverteilern in den vergangenen zwei Jahren etwas stagnierte. Demgegenüber bauten insbesondere Spar, aber auch Manor, ihr Labelfleischangebot aus; selbst Aldi führt heute bei Rind und Schwein auch Labelherkünfte.

Im Unterschied zu den Detaillisten sind die Labelfleischanteile bei den anderen Akteuren sehr tief. Nur 7% der Bäckereien verwenden Labelfleisch und lediglich 25% der Zulieferanten führen es im Angebot. Selbst in der gehobenen Gastronomie bietet ein Drittel der Kundschaft kein Labelfleisch an. Allerdings liegt der Labelfleischanteil bei denjenigen Restaurants, die Label führen, teilweise recht hoch, ja 20% der Antwortenden verwenden bei den Hauptfleischarten ausschliesslich Labelfleisch. Relativiert werden muss das Ganze aber wegen der Tatsache, dass einige Wirte/Köche offenbar auch die Marken «Suisse Garantie» oder «QM-Schweizer-Fleisch» als Tierwohl-Label ansahen.

Mit Ausnahme der Bäckereien beurteilt die Mehrheit bei den anderen Akteuren Labelfleisch als qualitativ besser als konventionelles Schweizer Fleisch. Konsequenterweise wollen Detaillisten, gehobene Gastronomie und Zulieferanten inskünftig den Labelfleischanteil erhöhen.

Eier: Käfigeier werden nicht mehr ausgewiesen. Der Schweizer Tierschutz STS hatte 2009 mit den relevanten Eierimporteuren ein Abkommen geschlossen, das einen Verzicht auf Käfigeierimporte vorsieht. Seit der letzten STS-Umfrage erlebten insbesondere Schweizer Bio-Eier eine Nachfragesteigerung. Obwohl die Mehrheit der Befragten keine qualitativen Unterschiede von Schweizer Eiern zu Importen, aber auch nicht von Schweizer Bio-Eiern zu Schweizer Freilandeiern feststellt, wollen die Akteure mehrheitlich inskünftig den Anteil an Schweizer Bio- und Freilandeiern ausbauen.

Milch/Milchprodukte: Wer Milch/Milchprodukte aus tierfreundlicher Haltung beziehen oder anbieten will, muss bislang – im Unterschiede zur Situation bei Fleisch und Eiern – auf Bio-Herkünfte zurückgreifen. Bio stellt sicher, dass die Kühe regelmässigen Auslauf ins Freie haben, auch im Winter, sowie Weidegang. Zudem ist der Einsatz von Kraftfutter limitiert. Die eidgenössische Tierschutzgesetzgebung fordert hingegen lediglich, dass angebunden gehaltene Kühe 90 mal pro Jahr jeweils für einige Stunden ins Freie gelassen werden.

Der Anteil an Bio-Milch und Bio-Produkten ist bei Bäckereien und der gehobenen Gastronomie relativ hoch mit Werten um 25–40%. Etwas tiefer liegen die durchschnittlichen Anteile bei den Detaillisten und den Zulieferanten. Bei den Detaillisten weist Coop mit Abstand die höchsten Anteile bei Bio-Milch und Bio-Produkten auf.

Praktisch alle Befragten waren der Meinung, dass Schweizer Bio-Käse qualitativ besser sei als Import-Bio-Käse. Demgegenüber sieht man mehrheitlich keine Qualitätsunterschiede zwischen Schweizer Bio-Käse und konventionellem Schweizer Käse. Die gute Meinung, welche die Befragten zum Schweizer Bio-Käse haben, drückt sich auch darin aus, dass Detaillisten, Bäckereien, gehobene Gastronomie und Zulieferanten in Zukunft mehr Bio-Milch und Bio-Milchprodukte anbieten wollen.

Wiesenmilch: Diese neue von IP-Suisse vor zwei Jahren lancierte und in der Migros verkaufte Produkt stellt tierschützerische und ökologische Zusatzanforderungen, ist also eine «Labelmilch». Die Reaktionen darauf sind gespalten. So sehen einige Zulieferanten durchaus Chancen, während Vertreter anderer Akteure sagten, dass ihre Wiesenmilch die Bio-Milch sei. Insgesamt ist festzuhalten, dass der Informationsstand zu «Wiesenmilch» gering ist.

3. Importe

Die Schweiz importiert rund 20 % des Fleischbedarfes (inkl. Fisch). Nur bei den Hauptfleischarten Kalb, Rind und Schwein wird das Gros im Inland erzeugt. Beim Geflügelfleisch, der mittlerweile am zweit häufigsten konsumierten Fleischart in der Schweiz, werden 50 % importiert, bei Lamm, Kaninchen, Pferd, Ente/Gans, Fisch, etc. sind es noch wesentlich höhere Werte.

Gemäss den Angaben der befragten Importeure stammen Importfleisch und -fisch aus 16 verschiedenen Ländern, verteilt über alle Kontinente. Rind wird aus 12, Poulets aus 11 und Fisch aus 10 verschiedenen Ländern importiert.

Die Umfrageergebnisse lassen in tier- und konsumentenschützerischer Hinsicht aufhorchen. Das Gros der Befragten kann nicht gewährleisten, dass bei der Erzeugung im Ausland vergleichbare Schweizer Standards eingehalten werden. Dies betrifft den Verzicht auf GVO-Futtermittel und den Einsatz von AML und Hormonen in der Tiermast zwecks Leistungssteigerung. Besonders krass sieht es beim Tierwohl aus. Hier gab die Mehrheit zu Protokoll, dass man die Einhaltung der Schweizer Tierschutzstandards bei der Tierhaltung, bei Eingriffen an Tieren (z. B. Kastrieren), bei Transporten und beim Schlachten nicht gewährleisten könne.

4. Delikatessen

In der gehobenen Gastronomie gehört das Angebot von Stopfleber, Hummer und Kaviar häufig noch zum Standard. Einzelne bieten auch Froschschenkel und Haifischflossenprodukte an. Aber auch die Detaillisten Manor und die Migros-Genossenschaften in der Romandie führen diese «Delikatessen aus der Folterkammer».

5. Absatzchancen

Produkte für Vegetarier (inkl. Fleischersatzprodukte) werden von praktisch allen inskünftig gute Absatzchancen eingeräumt. Die Zukunft beim Fleisch wird kritischer beurteilt, während die Absatzchancen von Eiern, Milch und Milchprodukten als zumeist gut bezeichnet werden.